

Abstraksi

MUHAMMAD HARIS HIDAYAT, 10.311.036, **Pengaruh Produk Jasa, Lokasi, Promosi dan *People* Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Mengikuti Bimbingan Belajar Di Lembaga Bimbingan Belajar Bintang Meteor Gresik.** Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Agustus, 2014.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi Pengambilan Keputusan Siswa Di Lembaga Bimbingan Belajar Bintang Meteor Gresik. Penelitian ini menggunakan sampel 114 responden, jenis data yang digunakan primer. Penelitian ini juga menguji empat variabel independen yaitu Produk Jasa, Lokasi, Promosi dan *People* yang mempengaruhi Pengambilan Keputusan Siswa. Tujuan penelitan ini adalah untuk mengetahui pengaruh Produk Jasa, Lokasi, Promosi dan *People* terhadap Pengambilan Keputusan Siswa dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Produk Jasa, dan Lokasi tidak terdapat pengaruh terhadap Pengambilan Keputusan, variabel Promosi dan *People* berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan.

Kata kunci : Produk Jasa, Lokasi, Promosi dan *People* terhadap Pengambilan Keputusan.

Abstract

MUHAMMAD HARIS HIDAYAT, 10.311.036, *The Effect of Services Product, Location, Promotion and People to Student Decision Making in Attending Study Course at Study Course institution of Bintang Meteor Gresik. Management, Faculty Economic, Muhammadiyah University of Gresik, August, 2014.*

The purpose of this research to identify factors influence the decision making of students in tutoring agencies Bintang Meteor Gresik. This study used a sample of 114 respondents, the primary type of data used. The research also examined four independent variables are product services, location, promotion and people which student decision making. The purpose of this research presented was to determine the effect of product services, location, promotion and people of the student decision making by using multiple linear regression analysis method. The results showed that the product services and location variables there is no influence on decision making, promotion and people variables influence the decision making.

Keywords: *product services, location, promotion and people which student decision making.*